

# ANALISIS PERUBAHAN PENDAPATAN USAHA PEDAGANG ECERAN SEBELUM DAN SESUDAH BERDIRINYA INDOMARET DAN ALFAMART DI KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU

Oleh:

Trisdiana M.Nur

Dibawah bimbingan : Azwar Harahap dan Taryono

Faculty of Economic Riau University, Pekanbaru, Indonesia

Email: [trisdiana\\_m@ymail.com](mailto:trisdiana_m@ymail.com)

Analysis of Changes in Operating Revenues Retailer Before And After The  
establishment Indomaret And Alfamart In District Tampan, Pekanbaru

## ABSTRACT

*Minimarket very rapid growth with increasing human need for daily living needs, as well as the advancement of science and technology, minimarket for the community is needed to meet the basic needs of daily. Minimarket rapidly growing into residential areas, negatively impact the existing retailers in the region. This study aims to determine the change in income before and after the establishment Indomaret And Alfamart, as well as to determine whether there are differences in the price of similar products sold in Indomaret, Alfamart and retail traders. This research was conducted in four scattered village in District Tampan Pekanbaru. Direct interviews conducted to 76 respondents retailers who becomes the object of study, research was conducted by descriptive qualitative, and to support in view of the differences of income before and after as well as differences in the price of similar products sold then in use quantitative analysis using a different test (t test ) with  $\alpha = 0.05$ . The results showed a significance value (0.000)  $< 0.05$ , mean that there are differences in income retailers before and after the Indomaret and Alfamart. While the difference in the price of cigarettes product types significance value (0.782)  $> 0.05$  means that there is no difference between the price of cigarettes Indomaret product types, Alfamart and retailers. As well as the types of beverage products there is no significant price difference, is seen from the significant value  $> 0.05$  is (0.857).*

*Keywords: Income, Changes in profit, price, and distance.*

## PENDAHULUAN

Perdagangan eceran dan distribusi dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan dan peningkatan yang cukup besar. Penyebab utama dari kemajuan perdagangan eceran dan distribusi adalah semakin lengkapnya

teknologi perusahaan manufaktur yang berskala besar sehingga diperlukan rantai distribusi yang jelas. Suatu fenomena yang bisa kita lihat sekarang ini bahwa semakin banyak perusahaan berskala besar berkembang khususnya di negara maju, dimana mereka membangun untuk bersaing dalam bisnis

perdagangan. Indonesia sebagai negara berkembang tentunya ingin mengetahui bagaimana awal mula perkembangan perdagangan eceran dan distribusi itu dengan mengacu pada perkembangan dinegara luar karena dalam perkembangannya perdagangan eceran memiliki peranan penting sebagai titik penghubung antara konsumen akhir dengan anggota saluran distribusi lainnya (Setiawan, 2012).

Salah satu industri ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah *minimarket* dengan konsep waralaba atau *franchise* salah satunya yaitu *Indomaret* dan *Alfamart*. Tumbuh pesatnya *minimarket* ke wilayah pemukiman, berdampak buruk bagi warung tradisional yang telah ada di wilayah tersebut. Keberadaan *minimarket* ini mematikan warung-warung tradisional yang berada di wilayah pemukiman. Banyak pemilik warung kehilangan pelanggan yang dapat mengurangi omset penjualan. Keberadaan *minimarket* yang jaraknya sangat berdekatan tentu akan memunculkan persaingan dan monopoli di wilayah tersebut. Pertumbuhan *Minimarket* sangat cepat seiring dengan bertambahnya kebutuhan manusia akan kebutuhan hidup sehari-hari, dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, *Minimarket* bagi masyarakat sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Pada umumnya *Minimarket* didirikan di wilayah hunian, dan distribusi barang berasal dari distributor atau importir yang langsung di bawa ke gudang pusat atau ke toko. Karena kebutuhan masyarakat terhadap barang-barang terutama bahan makanan dan minuman, dan karena tingkat pendidikan dan tingkat penghasilan

yang sudah tinggi terutama di wilayah-wilayah hunian, maka *minimarket* telah menggeser posisi pasar sebagai tempat perbelanjaan yang diminati. Untuk itu proyek mini market memberikan prospek yang lebih baik pada masa sekarang maupun yang akan datang (Widjayanti, 2011).

Kota Pekanbaru merupakan Ibu Kota provinsi Riau suatu kota dengan potensi perkembangan pembangunan kota yang pesat, yaitu pertumbuhan ekonomi, peningkatan pelayanan jasa, peningkatan sektor perdagangan, yang dipicu pula berdirinya Perguruan Tinggi yang menyebabkan banyaknya pendatang ke kota ini. Pertambahan jumlah penduduk akan mendorong semakin kompleks kebutuhan hidup masyarakat kota sehingga banyak *Indomaret* dan *Alfamart* dibangun di sekitaran Kota Pekanbaru yang dianggap bisnis menjanjikan.

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan megambang dari tujuan penelitian, maka penulis merasa perlu melakukan pembatasan penelitian dalam hal sebagai berikut:

- 1). Perubahan pendapatan pedagang eceran yang akan diolah sebagai hasil adalah pendapatan kotor pedagang sebelum dan sesudah berdirinya *Indomaret* dan *Alfamart*.
- 2). Karena jenis produk yang dijual di *Indomaret* dan *Alfamart* begitu beragam sementara produk yang dijual di pedagang sangat terbatas, maka perbedaan harga produk yang akan diteliti hanya produk sejenis yang dijual di *Indomaret*, *Alfamart* dan Pedagang Eceran.

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang diatas sebagai berikut:

- 1). Bagaimana perubahan pendapatan usaha pedagang eceran di Kecamatan

Tampan sebelum dan sesudah berdirinya *Indomaret dan Alfamart*?  
2). Apakah terjadi perbedaan harga barang yang dijual antara *Indomaret, Alfamart*, dan Pedagang Eceran?

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1). Untuk mengetahui perubahan pendapatan usaha pedagang eceran di Kecamatan Tampan sebelum dan sesudah berdirinya *Indomaret Alfamart*. 2). Untuk mengetahui perbedaan harga barang yang dijual antara *Indomaret, Alfamart*, dan Pedagang Eceran.

Manfaat penelitian ini adalah:

1). Bagi pembaca, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh muncul nya pasar modern terhadap pasar tradisional atau toko eceran.  
2). Bagi Fakultas, diharapkan dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang berkaitan.  
3). Bagi peneliti, Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Pengertian Pasar**

Menurut Simamora (2003: 6) Pasar adalah sekumpulan pembeli aktual dan pembeli potensial terhadap suatu produk. Ciri khas sebuah pasar adalah adanya kegiatan transaksi atau jual beli. Para konsumen datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya.

William J.Stanton(1993:143) mengemukakan definisi pasar yang lebih luas yaitu Pasar adalah

Sekumpulan orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya.

### **2. Pedagang Eceran**

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Perdagangan atau perniagaan adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa ataupun keduanya. Pada masa awal sebelum ditemukan, tukar menukar barang disebut barter yaitu menukarbarang dengan barang. Pada masa modern perdagangan dilakukan dengan penukaran uang, setiap baang di nilai dengan sejumlah uang. Pembeli akan menukar barang atau jasa dengan sejumlah ung yang diinginkan penjual (Astuti, 2011: 25).

Pedagang kecil atau pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (Swastha, 2005: 192).

pedagang eceran adalah orang-orang atau toko yang pekerjaan utamanya adalah mengecerkan barang (Sopiah dan Syihabudhin 2008: 7 ).

Pengecer adalah setiap organisasi bisnis yang sumber utama penjualannya berasal dari eceran (Simamora, 2003: 268).

### **3. Pendapatan**

Menurut Niswonger (1992:22) Pendapatan adalah jumlah yang ditagih kepada pelanggan atas barang ataupun jasa yang diberikan kepada mereka.

Pendapatan atau penghasilan adalah hasil berupa uang atau hasil materi lainnya yang dicapai dari

penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia. (Winardi, 2005:87 dalam Astuti, 2011)

Menurut Todaro (2002:60) memberikan perbedaan antara pendapatan uang (*Money Income*) dan pendapatan nyata/riil (*Real Income*), yang dimaksud dengan pendapatan uang adalah keseluruhan jumlah mata uang yang diperoleh seseorang setiap bulannya. sedangkan pendapatan nyata/riil adalah kuantitas barang fisik atau jasa yang dapat dibelinya dengan pendapatan uang nya itu.

Chaniago (1995:14 dalam Wijayanti, 2011) memberikan pendapat tentang omset penjualan adalah Keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu.

Swastha (1983:14) memberikan pengertian omset penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasanya yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.

#### **4. Harga**

Menurut Swastha (1984: 147) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Harga adalah uang yang dibayarkan atas suatu barang atau layanan yang diterima (Simamora, 2003: 195).

Harga peritel merupakan faktor utama penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai pasar sasaran, bauran ragam produk serta kondisi persaingan (Sopiah dan Syihabudhin, 2008: 90).

#### **5. Lokasi**

Menurut Tarigan (2005: 122) Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.

Lokasi suatu perusahaan harus sesuai dengan pasar atau jasanya, serta pengumpulan profil demografis akan memberikan gambaran mengenai seberapa cocok lokasi tersebut dengan profil target pasarnya. (Zimmerer, *et all.*, 2009: 301)

Lokasi merupakan hal yang krusial dalam keberhasilan usaha. Sebuah area toko perdagangan adalah area yang mengelilingi toko, dimana toko memiliki pelanggan-pelanggan utamanya. Keberadaan atau pemilihan area toko juga tergantung pada jenis barang yang diperdagangkan. Pilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan (Sopiah dan Syihabudhin, 2008: 98).

#### **Hipotesis**

Kesimpulan sementara yang dapat diajukan sebagai hipotesis, yaitu: 1). Diduga keberadaan Indomaret dan Alfamart berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang eceran. 2). Diduga bahwa tidak terdapat perbedaan harga produk antara Indomaret, Alfamart dan pedagang eceran.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Pekanbaru tepatnya pada Pedagang

Tempatan atau Pedagang Eceran yang ada di Kecamatan Tampan, dilakukan di daerah ini karena berdasarkan data yang di dapat Kecamatan Tampan merupakan Kecamatan dengan jumlah *Indomaret* dan *Alfamart* terbanyak dibandingkan dengan kecamatan lain.

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis Data Primer yaitu data yang penulis kumpulkan secara langsung dari hasil wawancara mendalam dengan pemilik warung atau interview dengan responden yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini data yang diperlukan yaitu data perbedaan harga produk sejenis yang dijual oleh pedagang eceran dengan produk yang dijual di *Indomaret* dan *Alfamart*, serta data pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya *Indomaret* dan *Alfamart*. Data Sekunder, Sumber data sekunder adalah sumber yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok yang di buat oleh suatu instansi terkait. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru serta Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal (BPTPM) Kota Pekanbaru.

Untuk menganalisa data dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan distribusi frekuensi yaitu membandingkan antara kenyataan yang sebenarnya dengan teori-teori yang ada hubungannya dengan segala permasalahan. kuantitatif juga digunakan untuk mendukung hasil penelitian dalam melihat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya *Indomaret* *Alfamart* serta perbedaan

harga produk yg dijual antara kedua ritel dan pedagang eceran yaitu dengan menggunakan Uji beda.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Identitas Pedagang Eceran**

Struktur umur pedagang eceran di Kecamatan Tampan Pekanbaru terbanyak berada pada umur antara 36 – 40 tahun terdapat 18 orang pengusaha dengan persentase sebesar 23%, dan paling sedikit pada umur 56-60 tahun terdapat 2 orang pengusaha dengan persentase 3%.

Tingkat pendidikan pedagang eceran paling banyak menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA/SMK) sebanyak 31 orang pedagang atau sekitar 41%.

Kebanyakan pedagang eceran di Kecamatan Tampan merupakan laki-laki dengan persentase sebesar 62% atau sekitar 47 orang.

Lamanya usaha pedagang eceran di Kecamatan Tampan antara 1 – 8 tahun, dengan rata-rata waktu paling lama sekitar 5 – 6 tahun sebanyak 37 pedagang atau sekitar 49%.

Sekitar 47 orang dari 76 responden mengatakan bahwa sebagai pedagang eceran merupakan mata pencaharian pokok.

Sementara itu, dari pertanyaan yang diajukan kepada responden tentang setuju atau tidak berdirinya *Indomaret* dan *Alfamart* di Kecamatan Tampan, sebagian besar menjawab tidak setuju, ini dikarenakan oleh berkurang nya hasil penjualan mereka. Untuk lebih jelasnya lihat tabel dibawah ini :

**Tabel 1. Tanggapan Responden Tentang Berdirinya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Tampan Pekanbaru, 2015**

No	Jenis Jawaban	Jumlah (pedagang)	Persentase (%)
1	Setuju	29	38
2	Tidak Setuju	47	62
Total		76	100

Sumber : Data Olahan Hingga Akhir April, 2015

Tanggapan pedagang eceran mengenai setuju atau tidak dengan berdirinya Indomaret dan Alfamart. Dari 76 orang pedagang terdapat 29 orang atau sekitar 38 % menjawab setuju, dan selebihnya yaitu 47 orang atau sekitar 62 % dari total pedagang menjawab tidak setuju.

## 1. Pendapatan Sebelum dan Sesudah Berdirinya Indomaret dan Alfamart

### A. Pendapatan Kotor Pedagang Perhari

Pendapatan yang dimaksud disini adalah pendapatan yang diperoleh dari omset penjualan barang dan jasa perhari. Nilai penjualan barang dikali harga barang adalah nilai pendapatan kotor yang diperoleh pedagang.

**Tabel 2. Hasil Uji Beda Pendapatan Pedagang Eceran Sebelum dan Sesudah Berdirinya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Tampan Tahun 2015**

Pendapatan	N	Mean	T	Sig. (2-tailed)
Sebelum	76	857894.7368	8.192	.000
Sesudah	76	687500.0000		

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2015

Rata-rata pendapatan pedagang eceran sebelum adanya Indomaret dan Alfamart sebesar Rp. 857.895. Sedangkan sesudah adanya Indomaret dan Alfamart sebesar Rp 687.500. Kemudian diperoleh nilai t hitung sebesar 8,192 dan signifikansi 0,000.

Karena nilai signifikansi  $(0,000) < 0,05$ , dapat diartikan bahwa terdapat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah adanya Indomaret dan Alfamart. Dengan bahasa lain, keberadaan Indomaret dan Alfamart berpengaruh terhadap pendapatan pedagang eceran.

## 2. Perbandingan Harga Produk yang Sama Antara Indomaret, Alfamart dan Pedagang Eceran.

Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang di inginkan. Disini akan dijelaskan mengenai perbedaan harga yang ada di *Indomaret*, *Alfamart* dan Pedagang Eceran di Kecamatan Tampan. Tidak semua produk yang ada di *Indomaret* dan *Alfamart* dapat kita temukan di pedagang eceran, hanya ada sebagian produk yang dijual di *Indomaret* dan *Alfamart* juga dijual oleh pedagang eceran. Dalam penelitian ini produk yang akan menjadi perbandingan harga antara *Indomaret*, *Alfamart*, dan pedagang eceran yaitu produk Rokok dan Minuman. Rokok dan Minuman merupakan Jenis produk yang hampir semua pedagang eceran atau pedagang kios-kios di Kecamatan Tampan menjualnya dan hampir sebagian besar jenis peroduk ini juga terdapat di *Indomaret* dan *Alfamart*, hal ini dikarenakan ke dua produk ini yang paling banyak terjual setiap harinya, sehingga peneliti bermaksud membandingkan harga di Indomaret, Alfamart dan harga di pedagang eceran.

**Tabel 3. Hasil Uji Beda Harga Produk Jenis Rokok Antara Indomaret, Alfamart dan Pedagang Eceran di Kecamatan Tampan Tahun 2015**

Penjual	N	Mean	F	Sig.
Indomaret	35	14831.4286	.246	.782
Alfamart	35	14911.4286		
Pedangang Eceran	35	14485.7143		
Total	105	14742.8571		

Sumber : Data Olahan SPSS 21, 2015

Dari hasil pengujian diatas terlihat bahwa Rata-rata harga berbagai macam rokok di Indomaret sebesar Rp. 14.831. Kemudian rata-rata harga berbagai macam rokok di Alfamart sebesar Rp. 14.911. Sedangkan rata-rata berbagai macam rokok di pedangang eceran sebesar Rp. 14.486. Kemudian diperoleh nilai F hitung sebesar 0,246 dan signifikansi 0,782. Karena nilai signifikansi (0,782) > 0,05, dapat diartikan bahwa tidak terdapat perbedaan harga berbagai macam rokok antara Indomaret, Alfamart dan pedagang eceran.

**Tabel 4. Hasil Uji Beda Harga Produk Jenis Minuman Antara Indomaret, Alfamart dan Pedagang Eceran di Kecamatan Tampan Tahun 2015**

Penjual	N	Mean	F	Sig.
Indomaret	27	5536.6667	.154	.857
Alfamart	27	5307.4074		
Pedangang Eceran	27	5407.4074		
Total				

Sumber : Data Olahan SPSS 21, 2015

Rata-rata harga berbagai macam minuman di Indomaret sebesar Rp. 5.537. Kemudian rata-rata harga berbagai macam minuman di Alfamart sebesar Rp. 5.307. Sedangkan rata-rata berbagai macam minuman di pedangang eceran sebesar Rp. 5.407.

Kemudian diperoleh nilai F hitung sebesar 0,154 dan signifikansi 0,857. Karena nilai signifikansi (0,857) > 0,05, dapat diartikan bahwa tidak terdapat perbedaan harga berbagai macam minuman antara Indomaret, Alfamart dan pedagang eceran.

### 3. Pengaruh Lokasi Terhadap Perubahan Pendapatan

Pada penelitian ini, kedua ritel yang merupakan pesaing pedagang eceran memberikan dampak negatif pada perubahan keuntungan usaha, karena jarak yang dekat diantara keduanya. Kedekatan jarak diantara keduanya diukur dengan satuan meter, rata-rata jarak Indomaret atau Alfamart dengan pedagang berkisar antara 50–100m<sup>2</sup>. Dimana, semakin dekatnya jarak antara pedagang dengan *Indomaret* dan *Alfamart* membuat tingkat persaingan diantara keduanya semakin besar, sehingga terjadi perubahan pendapatan usaha pedagang eceran. Mudrajat Kuncoro (2008, dalam Wijayanti 2011) mengemukakan bahwa turunnya omset penjualan pedagang kecil secara dahsyat dan makin signifikan, jika jarak kios atau warungnya dengan toko modern di bawah satu kilometer, dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa jarak antara pedagang eceran dengan *Indomaret* dan *Alfamart*, kedekatan lokasi antara keduanya berpengaruh negatif terhadap perubahan keuntungan usaha pedagang eceran.

### 4. Keadaan Pedagang Eceran di Kecamatan Tampan

Keadaan para pedagang eceran di Kecamatan Tampan antara lain :

- Lokasi berdagang teratur, aman, karena tidak adanya perbaikan pembangunan di jalan.

- b. Pendapatan yang di peroleh setiap harinya tak menentu.
- c. Pengeluaran bagi pedagang antara lain biaya sewa kios atau lahan bagi yang menyewa dan biaya listrik.
- d. Persaingan datang dari pedagang eceran lainnya dan pusat perbelanjaan modern atau *minimarket* yang tersebar di Kecamatan Tampan.

##### **5. Gambaran Umum Indomaret dan Alfamart di Pekanbaru.**

*Indomaret* dan *Alfamart* merupakan minimarket yang sangat cepat perkembangannya, merupakan perusahaan waralaba swalayan yang menjual kebutuhan sehari-hari. *Indomaret* dan *Alfamart* mulai masuk di kota Pekanbaru pada akhir tahun 2012. Hingga saat ini jumlah *Indomaret* dan *Alfamart* di Pekanbaru yang memiliki izin di Disperindag Kota Pekanbaru berjumlah sebanyak 94 gerai *Indomaret* dan 101 gerai *Alfamart*. Izin yang diberikan oleh Pemerintah Kota sebanyak 100 gerai untuk masing-masing *franchise*. *Alfamart* merupakan Jaringan minimarket perusahaan yang didirikan Djoko Susanto, mantan eksekutif produsen rokok raksasa, HM Sampoerna ini terdiri dari minimarket milik sendiri dan minimarket dalam bentuk kerjasama waralaba. Sama halnya dengan *Alfamart*, *Indomaret* juga menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 m<sup>2</sup>. Dikelola oleh PT Indomarco Prismaatama. pembelian hak waralaba *Indomaret* yaitu biaya *franchise* Rp. 36.000.000 (+PPN) Biaya investasi Rp. 394.000.000 (*franchise fee*, perijinan, pembelian, peralatan elektronik dan non elektronik).

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Rata-rata pendapatan pedagang eceran sebelum adanya *Indomaret* dan *Alfamart* sebesar Rp. 857.895. Sedangkan sesudah adanya *Indomaret* dan *Alfamart* sebesar Rp 687.500. Kemudian diperoleh nilai *t* hitung sebesar 8,192 dan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi (0,000) < 0,05, dapat diartikan bahwa terdapat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah adanya *Indomaret* dan *Alfamart*. Dengan bahasa lain, keberadaan *Indomaret* dan *Alfamart* berpengaruh terhadap pendapatan pedagang eceran.
2. Rata-rata harga produk jenis rokok di *Indomaret* sebesar Rp. 14.831. Kemudian rata-rata harga produk jenis rokok di *Alfamart* sebesar Rp. 14.911. Sedangkan rata-rata produk jenis rokok di pedagang eceran sebesar Rp. 14.486. Kemudian diperoleh nilai *F* hitung sebesar 0,246 dan signifikansi 0,782. Karena nilai signifikansi (0,782) > 0,05, dapat diartikan bahwa tidak terdapat perbedaan harga berbagai macam rokok antara *Indomaret*, *Alfamart* dan pedagang eceran. Sedangkan, rata-rata harga berbagai macam minuman di *Indomaret* sebesar Rp. 5.537. Kemudian rata-rata harga minuman di *Alfamart* sebesar Rp. 5.307. dan rata-rata minuman di pedagang eceran sebesar Rp. 5.407. Kemudian



diperoleh nilai F hitung sebesar 0,154 dan signifikansi 0,857. Karena nilai signifikansi (0,857) > 0,05, dapat diartikan bahwa tidak terdapat perbedaan harga berbagai macam minuman antara Indomaret, Alfamart dan pedagang eceran.

### Saran

Berdasarkan penelitian maka saran yang dapat diperhatikan sebagai berikut:

1. Dari hasil Uji Beda telah terlihat bahwa terdapat perubahan pendapatan usaha pedagang eceran di Kecamatan Tampan sebelum dan sesudah berdirinya Indomaret Alfamart, dengan kata lain berdirinya Indomaret Alfamart memberikan dampak yang signifikan terhadap omset penjualan para pedagang, dalam hal ini diperlukan usaha-usaha untuk mengembangkan keterampilan dalam berdagang atau berbisnis, agar dapat meningkatkan usaha dan penghasilan sesuai dengan pola usaha dalam berdagang.
2. Di tengah persaingan antara pedagang eceran dengan *minimarket* di harapkan para pedagang di Kecamatan Tampan mampu bersaing dengan cara menambah modal sehingga mampu menambah jumlah dan variasi barang yang dijual. Dari penambahan jenis atau semakin banyak nya diversifikasi produk yang dijual, konsumen akan tertarik untuk berbelanja ke pedagang-pedagang eceran yang menyediakan segala kebutuhan yang diperlukan. Selain itu untuk penentuan harga sebaiknya tidak menetapkan harga terlalu tinggi, sehingga para konsumen dapat

melihat perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aramiko, Sari. 2011. Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar Dan Pedagang Pasar Tradisional dikota Tangerang Selatan dan Upaya Penanggulannya. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Jeri, Setiawaan. *et all.* 2012. *Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong Dikelurahan Klender Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur*. Jurnal Volume: 10, No.1 hlm 1-7.
- Kotler, P dan Keller, Lane Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Simamora, Bilson. 2003. *MEMENANGKAN PASAR dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset
- Suharsimi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukirno, Sadono, 2009, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Swastha, Basu. 1984. *Azaz-Azaz Marketing*, Edisi 3. Yogyakarta: Liberty.
- Tarigan, Robinson. 2005. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Todaro, P. Michael. 2002. *Ekonomi Untuk Negara Berkembang*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Wijayanti, Pardiana. 2011. *Analisis Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional dengan Munculnya Minimarket di Kecamatan*

*Pedurungan Kota Semarang*. Skripsi. Semarang: Unad.

Zimmerer, W. et al. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat